

Sintesi

La crisi dovuta al coronavirus rappresenta una situazione eccezionale in cui routine consolidate e modelli comportamentali d'informazione e di comunicazione vengono interrotti o messi in questione. Ciò è avvenuto soprattutto nella prima fase del cosiddetto confinamento. Il presente studio analizza i modelli comportamentali d'informazione e di comunicazione della popolazione in Svizzera durante la prima fase della crisi dovuta al coronavirus. Dal 19 al 24 marzo, tramite un sondaggio online sono state interrogate 1005 persone (contattate dall'istituto GfK) in merito al loro parere sulle diverse forme d'informazione e di comunicazione (media dai contenuti redazionali, comunicazione interpersonale, media sociali). La prova a campione è stata quotata (in modo incrociato) in base all'età e al genere e può essere considerata rappresentativa per la popolazione della Svizzera tedesca dai 15 anni in su con un accesso a Internet.

I risultati principali in merito al comportamento in materia d'informazione e comunicazione durante la crisi dovuta al coronavirus sono i seguenti:

- (1) **Pertinenza:** durante la crisi del coronavirus la popolazione svizzero-tedesca attribuisce particolare importanza all'offerta informativa della Confederazione e alle emittenti della Televisione svizzera. Svolge un ruolo decisivo anche la comunicazione interpersonale via diversi canali (face-to-face, SMS/messenger istantanea, telefonia/videotelefonia). Sono invece considerati poco importanti i media sociali come Twitter, Facebook e Instagram. I media classici giocano un ruolo più importante per le persone anziane che per i giovani, mentre per i social media si osserva il contrario. A prescindere da queste differenze, le informazioni della Confederazione e le emittenti della Televisione svizzera sono anche per i più giovani le fonti d'informazione di maggiore importanza.
- (2) **Funzioni:** le offerte mediatiche con contenuti redazionali adempiono al meglio la funzione informativa e quella volta alla contestualizzazione dei contenuti, aiutando nel contempo al superamento emotivo delle incertezze dovute alla crisi del coronavirus. In confronto agli altri due gruppi di età più avanzata (30-59 anni, 60-88 anni), i giovani (16-29 anni) sono i più propensi a percepire, in tutte le forme di comunicazione, le disfunzioni nei servizi informativi e nel sostegno all'elaborazione cognitiva e affettiva della crisi del coronavirus.
- (3) **Portata e tono:** una maggioranza della popolazione svizzero-tedesca considera che la crisi dovuta al coronavirus sia tematizzata in modo eccessivo (e ciò fin dall'inizio del confinamento). Questa è soprattutto l'opinione dei giovani. Con l'avanzare degli anni le persone tendono a considerare più adeguato il tono delle offerte mediatiche di tipo redazionale. Il gruppo delle persone più anziane si esprime invece in modo particolarmente critico in merito alla tematizzazione nei media sociali: un quinto la ritiene banalizzante.
- (4) **Grado d'informazione:** dall'inizio del confinamento la popolazione svizzero-tedesca si considera da bene a molto bene informata sulla crisi del coronavirus e sul suo impatto sulla vita quotidiana.
- (5) **Fiducia:** la popolazione della Svizzera tedesca ha una grande fiducia nelle istituzioni pubbliche svizzere, tra cui rientrano il sistema sanitario e l'UFSP, il potere esecutivo (Consiglio federale) e le emittenti radiotelevisive pubbliche. Questa fiducia nel sistema aumenta lievemente con l'avanzare dell'età.

I risultati mostrano che la Svizzera dispone di una buona infrastruttura di comunicazione per raggiungere un'ampia cerchia della popolazione in una situazione di crisi e per informarla sulle misure più importanti. Inoltre emerge che le istituzioni competenti della Confederazione e le offerte mediatiche pubbliche godono di grande fiducia presso la popolazione. Pertanto diventa ancora più importante che il dibattito critico sulle misure statali e sul ruolo dei media, che non ha potuto avere luogo in forma completa a causa della pressante necessità di intervento nella crisi nazionale, sia ripreso per giustificare la fiducia della popolazione e legittimare il margine di manovra per future crisi.